



Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa, Lokasi, Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Kursus Mengemudi Alif

Bayu Aji Catur Pamungkas¹, Pribanus Wantara²

^{1,2} Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:

Diterima
Diperbaiki
Disetujui

Keywords:

service quality, location, price, and customer service satisfaction

Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of service quality, location and price on customer satisfaction with Alif driving course services. This research is a quantitative descriptive research. The research was conducted at the Alif Driving Course. The sample in this study amounted to 96 respondents. Sampling using incidental sampling technique and tested using multiple regression analysis method, F test and t test. Data collection techniques were carried out by questionnaire method. Data analysis using SPSS 22 shows that customer satisfaction with the Alif driving course service can be improved by taking into account the level of service quality, location, and price of the Alif driving course. service quality, location and price have a significant influence on customer satisfaction Alif driving course services.

✉ Penulis Korespondensi*
Pribanus Wantara

Email:

Pribanus@gmail.com

-ISSN: 2775-3093

-ISSN: 2797-0167

DOI :

Citation : Bayu Aji Catur Pamungkas & Pribanus Wantara (2023), Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa, Lokasi, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Kursus Mengemudi Alif. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*, 3 (4), hlm. 480–494

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi saat ini berkembang dengan sangat pesat dan tidak dapat dihindari dalam kehidupan. Inovasi baru telah banyak lahir untuk memberikan manfaat dan kemudahan untuk kehidupan manusia, dan sudah banyak yang telah menikmati hasil inovasi-inovasi teknologi baru tersebut. Salah satunya adalah teknologi dalam bidang transportasi, Akan tetapi masih sangat banyak masyarakat yang masih belum bisa menggunakan teknologi transportasi tersebut contohnya adalah untuk mengemudi transportasi roda empat atau biasa disebut mobil, oleh dari itu banyak peluang bisnis untuk mendirikan lembaga pelatihan kursus mengemudi

dengan tujuan agar dapat membantu masyarakat dalam belajar mengemudikan kendaraan roda empat.

Agar dapat unggul dalam persaingan bisnis, para pelaku usaha juga harus dapat menghasilkan keunggulan- keunggulan yang tidak dapat diberikan oleh para pesaingnya. Misalnya dalam segi keunggulan pelayanan yang diberikan dan harga yang sesuai dengan pelayanan yang diberikan agar dapat menarik minat konsumen, Berikut merupakan daftar kursus mengemudi di kota Gresik:

Tabel 1. Daftar kursus mengemudi di kota Gresik

No.	Tempat Kursus	Alamat
1.	Kursus Mengemudi Berlian Manual dan Matic	Jl. Dr. Soetomo Gg. V No.28, Kesemen, Tlogopatut, Kec. Gresik, Kabupaten Gresik, Jawa Timur 61111.
2.	Kursus Mengemudi Bagoes	Jl. Brotonegoro Barat No.2, Karanggondang, Yosowilangun, Kec. Manyar, Kabupaten Gresik, Jawa Timur 61151.
3.	Kursus Mengemudi Expert	Jl. Simpang Terminal, Setingi, Randuagung, Kec. Kebomas, Kabupaten Gresik, Jawa Timur 61121
4.	KURSUS MERDEKA MENGEMUDI	Jalan Arif Rahman Hakim Stand Pasar Senggol Blok B-1, Pekauman, Kec. Gresik, Kabupaten Gresik, Jawa Timur 6112.
5.	Kursus Mengemudi Hasko	Jl. Kyai H. Syaff'i No.8a, Suci, Pongangan, Kec. Manyar, Kabupaten Gresik, Jawa Timur 61151
6.	Alif Kursus Mengemudi	Jl. Raya Cerme Lor No.3, Cerme Lor, Kec. Cerme, Kab. Gresik, Jawa Timur 61171.
7.	Kursus Mengemudi Luna	Pondok Permata, Suci, Jl. Ruby IX No.48, Kramatandap, Tebalo, Kec. Gresik, Kabupaten Gresik, Jawa Timur 61151
8.	Kursus Mengemudi Mawar	Jl. Raya Bringkang, Warek, Bringkang, Kec. Menganti, Kabupaten Gresik, Jawa Timur 61174

Sumber: Hasil Survey (2022)

Berdasarkan tabel di atas dapat kita lihat, bahwa di kota Gresik terdapat banyak lembaga kursus mengemudi. Bahkan dari Lembaga kursus mengemudi di atas memiliki beberapa kantor cabang contohnya adalah kursus mengemudi merdeka dan kursus mengemudi mawar yang menyebar di kota Gresik, maka salah satu cara agar dapat memenangkan persaingan maka harus memberikan pelayanan, Harga yang terbaik dan Lokasi yang strategis.

Tabel 2 Jumlah siswa kursus mengemudi Alif priode Juni 2021-Desember 2021

Bulan	Tahun	Jumlah Siswa	Perubahan	Presentase
Juni	2021	172		
Juli	2021	166	-6	-3%
Agustus	2021	170	4	2%
September	2021	178	8	5%
November	2021	172	-6	-3%
Desember	2021	165	-7	-4%

Berdasarkan tabel di atas kita ketahui jumlah siswa kursus mengemudi Alif mengalami fluktuatif disetiap bulannya. Pada bulan Juli terjadi penurunan jumlah

siswa sebesar -3% (6 siswa). Kemudian pada bulan september naik menjadi 2% (4 siswa). Pada bulan Oktober terjadi kenaikan jumlah siswa sebesar 5% (8 siswa). Di bulan November terjadi penurunan jumlah siswa sebesar -3% (6 siswa). Bulan Desember terjadi penurunan sebesar 4% (7 siswa) Menurut pengelola jumlah penurunan siswa pada kursus mengemudi Alif dikarenakan semakin banyaknya usaha kursus mengemudi mobil yang bermunculan di kota Gresik.

Oleh karena itu pengelola harus dapat mengevaluasi faktor apakah yang menjadi permasalahan agar kursus mengemudi Alif tetap dapat bersaing walaupun banyak bermunculan usaha di bidang sejenis. Berdasarkan dengan pengamatan serta wawancara dengan pengelola, faktor kualitas pelayanan, harga serta lokasi perlu dipertimbangkan untuk diteliti pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan jasa kursus mengemudi Alif, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa, Lokasi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Kursus Mengemudi Alif”**

Berdasarkan dengan gambaran latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya terlihat bahwa permasalahan utama yang dihadapi oleh Kursus mengemudi Alif adalah berfluktuasinya jumlah siswa setiap bulannya. maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan pelanggan jasa pada kursus mengemudi Alif?
2. Apakah lokasi berpengaruh pada kepuasan pelanggan jasa pada kursus mengemudi Alif?
3. Apakah harga yang telah ditetapkan berpengaruh pada kepuasan pelanggan jasa kursus mengemudi Alif?
4. Apakah kualitas pelayanan, lokasi dan, harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa kursus mengemudi Alif?

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah di bahas di atas, maka tujuan yang ingin dicapai adalah:

1. Mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa kursus mengemudi Alif.
2. Mengetahui apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa kursus mengemudi Alif.
3. Mengetahui penetapan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa kursus mengemudi Alif.
4. Mengetahui apakah kualitas pelayanan, lokasi, dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa kursus mengemudi Alif.

METODE PENELITIAN

Dalam pendekatan penelitian, penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah sebuah usaha pemeriksaan secara teliti dan menyeluruh dari sebuah fenomena atau masalah atau dengan menggunakan ukuran yang objektif dengan tujuan mendapatkan sebuah fakta atau kebenaran serta menguji teori-teori yang muncul atas suatu fenomena atau masalah. Penelitian model kuantitatif diistilahkan dengan model formal. Dimana fakta formalnya menunjukkan suatu metode pengukuran peristiwa kehidupan dalam bentuk angka, dan bukan hanya sekedar huruf. (Subagiyo 2017).

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. (Sugiono 2017) Atau juga bisa sebuah kumpulan yang memiliki beberapa karakteristik terkait masalah apa yang hendak

diteliti. Populasi yang menjadi sasaran dalam penelitian yang hendak dikaji adalah siswa yang telah mengikuti kursus mengemudi Alif yang berusia dari 18 sampai 30 tahun dan tidak membedakan jenis kelamin dan pekerjaan.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode jenis non probability sampling teknik yang digunakan adalah jenis *Insidental Sampling*. Menurut sugiyono (2017). *Insidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan penelitian dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Berdasarkan uraian dari populasi yang tidak diketahui jumlahnya, maka untuk ukuran sampel dihitung menggunakan rumus Formula Lemeshow (1990) sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 \cdot 1-\alpha/2p(1-p)}{d^2}$$

dimana :

n = jumlah sampel minimal yang diperlukan

z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10%

melalui rumus diatas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah :

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 96$$

sehingga jika berdasarkan rumus tersebut maka yang didapatkan adalah 96 orang sehingga pada penelitian ini setidaknya penulis harus mengambil data dari sampel sekurang kurangnya sejumlah 96 orang.

Teknik pengumpulan data dapat diartikan sebagai cara atau metode yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data dengan sebenar-benarnya yang nantinya akan sangat berguna terhadap hasil penelitian yang telah dilakukan. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Metode Observasi, Metode Angket (Kuesioner) dan Metode Kepustakaan (library research).

Teknik analisis data pada penelitian ini terdiri dari uji instrumen yang terbagi menjadi dua yaitu uji validitas dan uji instrumen yang terbagi menjadi dua yaitu uji validitas dan uji realibilitas, uji asumsi klasik terbagi menjadi tiga yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heterokedastisitas. Untuk Teknik analisis datanya terdiri dari analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Terakhir pengujian hipotesis menggunakan uji t dan uji koefisiensi determinasi R²

HASIL

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah item-item yang ada di dalam kuesioner mampu mengukur apa yang di dapatkan dalam penelitian ini. Maksudnya adalah untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner dilihat jika pertanyaan dalam kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh

kuesioner tersebut. Jika suatu data dalam penelitian memiliki yang memiliki r hitung > r tabel maka butir atau pertanyaan tersebut valid, maka sebaliknya jika r hitung < r tabel maka butir atau pertanyaan tersebut tidak valid dan hasil pengujian kuisisioner peneliti adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	Koefisiensi Korelasi	Tanda	Rtabel (n=65) taraf sign 5%	Keterangan
X1(Kualitas Pelayanan)	X1.1	0,696	>	0,1966	Valid
	X1.2	0,672	>	0,1966	Valid
	X1.3	0,724	>	0,1966	Valid
	X1.4	0,639	>	0,1966	Valid
	X1.5	0,708	>	0,1966	Valid
	X1.6	0,719	>	0,1966	Valid
	X1.7	0,761	>	0,1966	Valid

Variabel	Pertanyaan	Koefisiensi Korelasi	Tanda	Rtabel (n=65) taraf sign 5%	Keterangan
X2 (Lokasi)	X2.1	0,791	>	0,1966	Valid
	X2.2	0,758	>	0,1966	Valid
	X2.3	0,809	>	0,1966	Valid

Variabel	Pertanyaan	Koefisiensi Korelasi	Tanda	Rtabel (n=65) taraf sign 5%	Keterangan
X3 (Harga)	X3.1	0,847	>	0,1966	Valid
	X3.2	0,786	>	0,1966	Valid
	X3.3	0,856	>	0,1966	Valid

Variabel	Pertanyaan	Koefisiensi Korelasi	Tanda	Rtabel (n=65) taraf sign 5%	Keterangan
Y(Kepuasan Pelanggan Jasa)	Y1	0,864	>	0,1966	Valid
	Y2	0,766	>	0,1966	Valid
	Y3	0,866	>	0,1966	Valid

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu Kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu Kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2005).

Tabel 2.2 Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach,S Alpha	Tanda	Cronbach alpha	Keterangan
1	Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	0,829	>	0,61 - 0,70	Reliabel
2	Variabel Lokasi (X2)	0,774	>	0,61 - 0,70	Reliabel
3	Variabel Harga (X3)	0,690	>	0,61 - 0,70	Reliabel

4	Variabel Kualitas pelanggan Jasa (Y)	0,779	>	0,61 - 0,70	Reliabel
---	--------------------------------------	-------	---	-------------	----------

Sumber: Data diolah peneliti, 2022

dasarkan hasil yang ditunjukkan tabel 2.2 , uji reliabilitas pada variabel-variabel dalam penelitian, dapat diketahui bahwa masing-masing variabel dalam penelitian tersebut memiliki nilai *Cronbach Alpha's* yang lebih besar dari 0,61. Hal tersebut menunjukkan bahwa instrumen dinyatakan reliabel.

Uji Multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen), model regresi yang baik tidak terjadi korelasi diantara variable bebas (tidak terjadi multikolinearitas). Untuk melihat nilai tolerance yaitu: Jika nilai tolerance > 0,10 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas. Jika nilai tolerance < 0,10 maka artinya terjadi multikolinearitas. Melihat nilai VIF adalah: jika nilai VIF >10,00 maka artinya terjadi multikolinearitas, jika nilai VIF <10,00 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 2.3 Uji Multikolinieritas

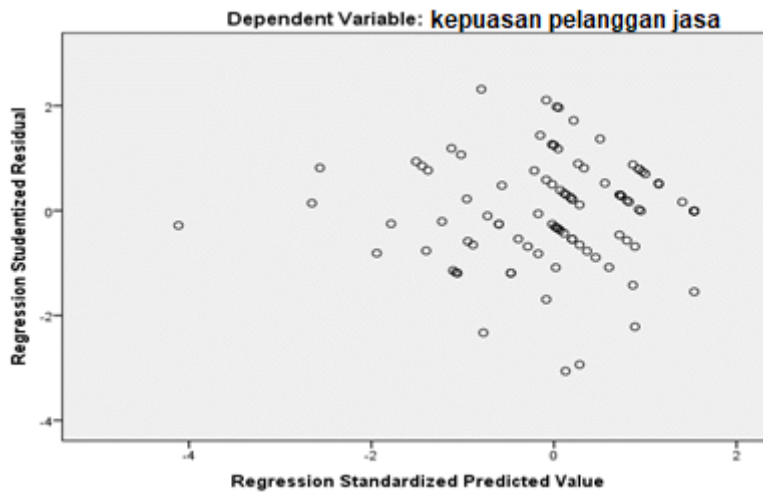
Model	Colinierity statistic	
	Tolerance	VIF
Kualitas Pelayanan (X1)	0,323	3,097
Lokasi (X2)	0,363	2,752
Harga (X3)	0,401	2,497

Sumber: Data diolah peneliti, 2022

Berdasarkan tabel 2.3. diketahui nilai VIF sebesar 3,097 (variabel kualitas pelayanan), 2,752 (variabel lokasi), 2,497 (variabel harga). Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas, karena hasilnya lebih kecil dari 10. Dalam penelitian ini pengujian heterokedastisitas dilakukan dengan melihat *scatterplot* dengan dasar analisis sebagai berikut:

- Titik menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0 pada sumbu Y.
- Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
- Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- Penyebaran titik- titik sebaiknya tidak berpola

Jika plot membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Jika plot tidak membentuk pola tertentu, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka mengindikasikan telah terjadi homokedastisitas. Model regresi yang baik adalah plot yang menunjukkan homokedastisitas.



Gambar 2.1 Scatterplot
 Sumber: Data Primer 2022, SPSS 22

Pada gambar 2.1 di atas terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola yang jelas, dan tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y (Kepuasan Pelanggan Jasa). Hal ini berarti terjadi heterokedastisitas pada model regresi.

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Dalam mendeteksi normalitas data menggunakan pendekatan Kolmogorov Smirov. Kriteria pengambilan keputusan dengan pendekatan Kolmogorov Smirnov adalah sebagai berikut:

- Nilai Sig. Atau signifikasi atau nilai probabilitas < 0,05 distribusi data adalah tidak normal.
- Nilai Sig. Atau signifikasi atau nilai probabilitas > 0,05 distribusi data adalah normal.

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,30175825
Most Extreme Differences	Absolute	,059
	Positive	,039
	Negative	-,059
Test Statistic		,059
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c, d}
Exact Sig. (2-tailed)		,869
Point Probability		,000

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Tabel 2.4 One Sample Kolmogorov Smirnov Test
 Sumber: Data diolah peneliti, 2022

Dari gambar 2.4 di atas One Sample Kolmogorov Smirnov Test diperoleh angka probabilitas atau Asymp.Sig (2-tailed).

- Dengan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$. Terima H1 jika nilai signifikansi $> 0,05$, dan tolak H0.
- jika nilai signifikansi $< 0,05$. H0 = Data tidak berdistribusi normal.
H1 = Data berdistribusi normal.

Nilai sig pada tabel One Sample Kolmogorov Smirnov Test untuk kualitas pelayanan, lokasi, harga, dan kepuasan 0,200 maka lebih besar dari 0,05 ($0,200 > 0,05$) sehingga dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen), model regresi yang baik tidak terjadi korelasi diantara variable bebas (tidak terjadi multikolinearitas). Untuk melihat nilai tolerance yaitu: Jika nilai tolerance $> 0,10$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas. Jika nilai tolerance $< 0,10$ maka artinya terjadi multikolinearitas. Melihat nilai VIF adalah: jika nilai VIF $> 10,00$ maka artinya terjadi multikolinearitas, jika nilai VIF $< 10,00$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 2.5 Uji Multikolonieritas

Model	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	t	Sig	Collinearity Statistic	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)				1,137	,258		
1 Kualitas Pelayanan	,112	,058	,214	1,930	,057	,323	3,097
Lokasi	,263	,104	,263	2,519	,013	,323	2,752
X3	,403	,101	,397	3,984	,000	,401	2,497

Sumber: Data diolah peneliti, 2022

Berdasarkan Tabel 2.5 Uji Multikolonieritas diketahui nilai VIF sebesar 3,097 (variabel kualitas pelayanan), 2,752 (variabel lokasi), 2,497 (variabel harga). Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas, karena hasilnya lebih kecil dari 10.

Uji Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel pendapatan konsumen, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan jasa kursus mengemudi Alif. Perhitungan pengolahan data dengan menggunakan SPSS 22.0 berdasarkan data-data yang diperoleh dari 96 responden. Hasil dapat dilihat melalui tabel di bawah ini:

Tabel 2.6 Uji Linier Berganda

Model	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	t	Sig	Collinearity Statistic		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
				1,137	,258			
(Constant)								
1	Kualitas Pelayanan	,112	,058	,214	1,930	,057	,323	3,097
	Lokasi	,263	,104	,263	2,519	,013	,323	2,752
	X3	,403	,101	,397	3,984	,000	,401	2,497

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data diolah peneliti, 2022

Dari tabel 2.6 koefisien diperoleh persamaan regresi linier berganda dengan hasil sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$= 1,101 + 0,112 X_1 + 0,263 X_2 + 0,403 X_3 + e$$

Keterangan:

- Berdasarkan hasil perhitungan yang telah didapat pada persamaan diatas, diketahui bahwa hasil nilai *constant* memiliki nilai > 0 , maka dapat disimpulkan bahwa variabel dependen (Y) bernilai positif.
- Koefisien variabel independen (X_1 , X_2 , dan X_3) bernilai positif, maka hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan sebesar 1 satuan pada variabel kualitas pelayanan (X_1), lokasi (X_2), harga (X_3) meningkat sebesar nilai koefisien regresi masing-masing variabel.

Uji t

Menurut Sugiyono (2017) mengatakan bahwa uji t digunakan untuk menguji sendiri-sendiri secara signifikan hubungan antar variabel independen (X_1, X_2, X_3) dengan variabel dependen (Y), dengan tingkat kepercayaan 95% ($\alpha=0.05$) dengan syarat sebagai berikut:

- Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$, maka variabel independen mempunyai keeratan hubungan yang signifikan terhadap variabel dependen.
- Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$, maka variabel independen tidak memiliki keeratan hubungan yang signifikan terhadap variabel dependen.

Dalam penelitian ini, T_{hitung} di peroleh berdasarkan hasil perhitungan SPSS versi 22, sedangkan T_{tabel} diperoleh dari sumber buku statistik dengan kriteria

Tabel 2.7 Uji t

Model	Unstandardized coefficients		Standardized coefficients	Thitung	Ttabel	Collinearity Statistic	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,101	,968		1,137	1,661		
Kualitas Pelayanan	,112	,058	,214	1,930	1,661	,323	3,097
Lokasi	,263	,104	,263	2,519	1,661	,363	2,725
Harga	,403	,101	,396	3,984	1,661	,401	2,497

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan Jasa

Sumber: Data diolah peneliti, 2022

Berdasarkan tabel 2.7 dapat dijabarkan bahwa hasil signifikansi uji t untuk masing-masing variabel independen adalah sebagai berikut :

- Dari hasil perhitungan data, diketahui bahwa Thitung pada variabel X1 memiliki nilai 1,930 dan Ttabel memiliki nilai 1,661. Maka $1,930 > 1,661$ dan H_1 diterima, yang artinya Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan pelanggan Jasa Kursus mengemudi Alif.
- Dari hasil perhitungan data, diketahui bahwa Thitung pada variabel X2 memiliki nilai 2,519 dan Ttabel memiliki nilai 1,661. Maka $2,519 > 1,661$ dan H_2 diterima, yang artinya variabel lokasi berpengaruh positif terhadap Kepuasan pelanggan Jasa Kursus mengemudi Alif.
- Dari hasil perhitungan data, diketahui bahwa Thitung pada variabel X3 memiliki nilai 3,984 dan Ttabel memiliki nilai 1,661. Maka $3,984 > 1,661$ dan H_3 diterima, yang artinya variabel harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan pelanggan Jasa Kursus mengemudi Alif.

Uji F

Pada uji F digunakan untuk menguji apakah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan (bersama-sama atau serentak). Berikut ini dasar pengambilan keputusan diuraikan sebagai berikut:

- Jika nilai Sig. $< 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
- Jika nilai Sig. $> 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Apabila menggunakan F hitung F tabel:

1. Apabila F hitung $< F$ tabel pada $\alpha = 5\%$, maka H_0 diterima.
2. Apabila F hitung $> F$ tabel pada $\alpha = 5\%$, maka H_0 ditolak.

Untuk menentukan F tabel dengan rumus : $df_1 = k$ (dimana k adalah jumlah variabel, berarti pada kolom ketiga) $df_2 = n - k - 1 = 96 - 3 - 1 = 92$ (baris ke 3), maka akan diperoleh nilai F tabel sebesar 2.699.

Tabel 2.8 Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
1	Regression	279,515	3	93,172	53,246	,000 ^b
	Residual	160,985	92	1,750		
	Total	440,500	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan Jasa

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan Jasa, Harga, Lokasi

Sumber: Data Primer 2022

Berdasarkan tabel 2.8 bahwa nilai Fhitung dari hasil uji SPSS versi 22 adalah 53,246 yang artinya memiliki nilai > Ftabel. Maka H_4 diterima, yang artinya Kualitas Pelayanan, Lokasi dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan jasa kursus mengemudi Alif.

Uji Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk menerangkan seberapa besar pengaruh dari seluruh variabel bebas (kualitas pelayanan, lokasi dan harga) terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan jasa). Keputusan dilakukan dengan melihat Adjusted R Square pada tabel Model Summary. Di bawah ini akan disajikan hasil dari uji determinasi:

Tabel 2.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate
1	,797 ^a	,635	,623	1,32281

a. Predictors: (Constant), Kualitas, Lokasi, Harga

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan Jasa

Berdasarkan tabel 2.10 dapat diketahui bahwa R Square atau koefisien determinasi sebesar 0,635, Ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan model regresi yang di dapatkan variabel independen yaitu kualitas pelayanan, lokasi, dan harga, memiliki pengaruh terhadap perubahan variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan jasa 63,5%. sedangkan sisanya 36,5% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak diketahui dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pada sub bab ini akan dijelaskan mengenai pembahasan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan harga terhadap kepuasan pelanggan jasa kursus mengemudi Alif. Adapun hasil dari penelitian sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap terhadap kepuasan pelanggan jasa (Y) kursus mengemudi Alif

Hasil penelitian ini berdasarkan uji statistik menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memperoleh nilai 1,137 (Thitung) > 1,661 (Ttabel). Maka hipotesis ini diterima, artinya variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa kursus mengemudi Alif. Hal ini menunjukkan

bahwa semakin baik pelayanan yang di berikan, maka pelanggan jasa akan merasa puas.

Dalam hal ini membuktikan bahwa dengan cara memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya. Dengan adanya pelayanan yang baik, maka terciptalah kepuasan pelanggan jasa. Setelah pelanggan jasa merasa puas dengan jasa yang diterima, pelanggan jasa tersebut akan membandingkan pelayanan yang telah diberikan, dan Apabila pelanggan jasa benar-benar telah merasa puas, pelanggan jasa tersebut akan bercerita kepada banyak orang bahwa perusahaan tersebut bagus dan akan bersedia untuk merekomendasikan kepada orang lain untuk datang di tempat yang sama. Maka dari itu, perusahaan dari sekarang harus memikirkan dengan matang betapa pentingnya kualitas pelayanan. Karena kini semakin disadari bahwa kualitas pelayanan merupakan aspek penting dalam bertahan di dunia bisnis dan memenangkan persaingan.

2. Pengaruh Lokasi (X2) terhadap kepuasan pelanggan jasa (Y) kursus mengemudi Alif

Hasil penelitian ini berdasarkan uji statistik menunjukkan bahwa variabel lokasi memperoleh nilai 2,519 (Thitung) > 1,661 (Ttabel). Maka hipotesis ini diterima, artinya variabel Lokasi memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa kursus mengemudi Alif. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi kursus mengemudi Alif berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa kursus mengemudi Alif.

Lokasi strategis umumnya sangat disukai karena lokasi tersebut dekat dengan keramaian, mudah dijangkau, selain itu infrastruktur lebih memadai, bahkan bisa dikembangkan untuk berbisnis. Lokasi yang jauh dari keramaian dan berada di jalan terpencil akan dihindari oleh para konsumen produk atau jasa.

Dalam hal ini lokasi kursus mengemudi Alif, harus baik dan strategis tempatnya, maka orang cenderung akan memilih lokasi tersebut.

3. Pengaruh harga (X3) terhadap kepuasan pelanggan jasa (Y) kursus mengemudi Alif

Hasil penelitian ini berdasarkan uji statistik menunjukkan bahwa variabel harga memperoleh nilai 3,984 (Thitung) > 1,661 (Ttabel). Maka hipotesis ini di terima, artinya variabel Harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa kursus mengemudi Alif.

Pada hasil pengujian analisis regresi berganda, bentuk hubungan antara harga terhadap kepuasan pelanggan jasa kursus mengemudi Alif adalah positif. Ini menunjukkan bahwa semakin baik harga yang ditawarkan, maka semakin tinggi kepuasan pelanggan jasa. Sebaliknya, apabila semakin buruk harga yang ditawarkan, maka akan semakin rendah kepuasan pelanggan jasa.

Harga yang biasanya diharapkan adalah sistem pembayarannya yang mudah, dan kualitas yang sesuai dengan apa yang telah di bayarkan.

4. Pengaruh kualitas pelayanan (X1), lokasi (X2) dan harga (X3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa (Y) kursus mengemudi Alif

Hasil penelitian ini, yang diuji secara simultan mendapatkan hasil nilai Fhitung > Ftabel Yaitu 53,246 > 2,669, dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Maka hipotesis pada uji ini diterima, yang artinya variabel Kualitas Pelayanan, lokasi, dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa kursus mengemudi Alif. Hal tersebut dapat digambarkan dari hasil penelitian yang menunjukan bahwa variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

Jika produk atau jasa tersebut jauh di bawah harapan, pembeli produk atau jasa tersebut akan kecewa. Sebaliknya jika produk atau jasa tersebut memenuhi harapan, pembeli produk atau jasa akan merasa puas. Harapan mereka dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat menggunakan produk atau jasa

tersebut, informasi dari orang lain, dan informasi yang diperoleh dari iklan atau promosi yang lain.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan harga terhadap kepuasan pelanggan jasa kursus mengemudi Alif yang telah dibahas serta perhitungan-perhitungan statistik yang dilakukan, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan jasa kursus mengemudi Alif. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($1,930 > 1,661$) yang artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa kursus mengemudi Alif.
1. Variabel lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan jasa kursus mengemudi Alif. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($2,519 > 1,661$) , yang artinya variabel lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa kursus mengemudi Alif..
2. Variabel harga berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan jasa kursus mengemudi Alif. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($3,984 > 1,661$), yang artinya variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa kursus mengemudi Alif.
3. Variabel kualitas pelayanan (X1), Lokasi (X2), Harga (X3) secara bersamaan memiliki pengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan jasa kursus mengemudi Alif.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2002. Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Bailia, J. F., Soegoto, A. S., & Loindong, S. S. R. (2014). Pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada warung-warung makan lamongan di kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3).
- Dede, A., & Noersanti, L. (2020). THE INFLUENCE OF PRICE, QUALITY OF SERVICE AND LOCATION ON CUSTOMER SATISFACTION AND CUSTOMER LOYALTY(Case Study at Pasar Jaya Klender SS). *S1 Manajemen*, 1-28
- Dodds, William, B., Kent, B, Monroe, and Dhruv Grewal., 1991, Effects of Price, Brand, and Store Information on Buyers Product Evaluations, *Journal of Marketing Research*, Vol. 28, pp. 307-19.
- Fadli, M. M. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Pada Cafe Black Semeru Di Candipuro).
- Fadillah, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel 101 Suryakencana Bogor. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 1(1), 1-8.
- Fairliantina, E., & NA, M. F. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PRESEPSI HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI

HOTEL INDONESIA KEMPINSKI JAKARTA. *Humantech: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2(01), 204-222.

- Firdiyansyah, I. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada warung gubrak KEPRI mall Kota Batam. *Jurnal Elektronik REKAMAN (Riset Bidang Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi)*. ISSN, 2598-8107.
- Garoda, I. S. S. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Mcdonald's Cijantung. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6 (6), 2833-2841.
- Gery, M. H. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan promosi terhadap kepuasan konsumen the aliga hotel padang. *Menara Ilmu*, 12(9).
- Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hanifudin, F., Syaifuddin, T., & Hasiholan, L. B. (2017). Analisis Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Ayam Geprek Djogjakarto. *Journal of Management*, 3(3).
- Haryanto, R., & Sitio, A. Effect of Price and Service Quality on Customer Satisfaction and Its Implications on Customer Loyalty PT. XYZ. *Indikator*, 4(2), 353514.
- Handi, Irawan. 2004. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Cetakan Kelima. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Haromain, I., & Suprihhadi, H. (2016). Pengaruh kualitas layanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan di AHASS Z618. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(5).
- Kotler dan Keller. 2016. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip (2009). Manajemen pemasaran, jilid I, Edisi kesebelas, Jakarta, P.T Indeks Gramedia.
- Lupiyoadi (2001) Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek, Salemba Empat, Jakarta.
- Lumaksana, Argo. 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Selebriti Pendukung terhadap Keputusan Pembelian Minyak Rambut Gatsby Styling Pomade pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Tulungagung: Skripsi.
- Novandi, H. D. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Miss Laundry Di Kota Tegal* (Doctoral dissertation, Universitas Pancasakti Tegal).
- Pribowo, M. G. N. A., & Milinia, A. T. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI FRESH KAPUAS KOTA BENGKULU. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(9), 2281-2292.
- Rahmadani, F., Suardana, I. M., & Samudra, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan

- Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Ud. Eva Group Mataram. *Valid: Jurnal Ilmiah*, 16(1), 123-135.
- Risnawati, H., Sumarga, H. E., & Purwanto, S. (2019). The Effect of Service Quality Prices and Location of Companies to Customer Satisfaction Implications on Customer Loyalty. *International Review of Management and marketing*, 9(6), 38.
- Saradissa, C. N., & Sitohang, S. (2015). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(11).
- Situmeang, L. S. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan istana hot plate Medan. *Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*.
- Subagiyo, R. and Adlan, M. A. (2017) 'Pengaruh Service Quality, Marketing Mix dan Kepuasan Mahasiswa terhadap Customer Loyalty', *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 13(1), p. 1. doi: 10.21067/jem. V 13i1.1567.
- Sunyoto, Danang. 2012. Dasar-dasar manajemen pemasaran. Cetakan Pertama. Yogyakarta: CAPS.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Pendidikan — Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Supardi. 2005. Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis. Yogyakarta: UII Press.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2008. Manajemen Pemasaran Modern, Edisi 2, Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian). Yogyakarta. Andi.
- Ubaidillah, A. N. (2019). Pengaruh Harga, Promosi dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan cafemilkmoo. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(3). ISSN, 2461-0593.
- Wariki, G. M., Mananeke, L., & Tawas, H. (2015). Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2).
- Zeithaml, Bitner. (2003). Reassessment Of Expectations As A Compaison Standar In Measuring Service Quality: Implication For Futher Reseachr. *Journal Of Marketing*. January (58) 111 — 124.